



Allocution de Pierre Karl Péladeau
Président et chef de la direction de Québecor

Assemblée annuelle des actionnaires

Le 8 mai 2025

L'allocution prononcée fait foi.

Merci madame la présidente du Conseil,
Mesdames, Messieurs les actionnaires,
Mesdames, Messieurs, bonjour,

- Je suis très heureux d’être parmi vous aujourd’hui, et de vous accueillir à nouveau, en personne, pour notre rendez-vous annuel. Cette formule d’assemblée, dans cette salle de notre siège social, évoque inévitablement le souvenir du très honorable Brian Mulroney, à qui nous pensons, particulièrement aujourd’hui.
- J’ai également une pensée pour un autre grand homme; mon père, Pierre Péladeau, dont nous avons célébré le 100^e anniversaire de naissance le 11 avril dernier.
- Cette année centenaire sera l’occasion d’honorer la mémoire d’un des grands bâtisseurs du Québec moderne par différentes initiatives de célébration, et de constater à quel point son héritage est encore aussi présent.

- En 2024, Québecor a continué de s’imposer dans un marché très concurrentiel, en bousculant l’ordre établi et en redéfinissant l’industrie en tant que quatrième joueur canadien des télécommunications. L’année a aussi été marquée par la transformation de plusieurs de nos secteurs et par de nos nombreuses autres réalisations en culture, en information et en divertissement.
- Pour l’exercice 2024, nous avons affiché une hausse de 256,8 M\$ de nos flux de trésorerie générés par nos activités d’exploitation pour atteindre 1,72 G\$, une croissance de 129,7 M\$ de notre BAIIA ajusté pour atteindre 2,37 G\$ et une augmentation de 204,1 M\$ de nos revenus pour atteindre 5,64 G\$.

- Ainsi, face à la concurrence, nous avons démontré notre capacité à maintenir une performance en constante amélioration, grâce à la gestion rigoureuse de nos opérations et à notre grande discipline financière.

- 2024 a été toute une année pour notre secteur Télécoms.
- Grâce à la force et à la complémentarité de nos trois marques, Vidéotron, Freedom Mobile et Fizz, notre secteur a connu une hausse de son BAIIA ajusté de 105,1 M\$, une augmentation de ses flux de trésorerie d'exploitation ajustés de 62,7 M\$ et une croissance de ses revenus de 181,1 M\$
- Notre approche commerciale offensive nous a permis d'être la seule entreprise majeure de télécommunications au Canada à avoir réussi, en 2024 :
 - à augmenter nos flux de trésorerie et nos parts de marché, avec une hausse de 10 % de nouvelles lignes sans fil en 2024, comparativement à 2023;
 - à diminuer, de façon constante et régulière, notre dette consolidée;
 - à réduire notre ratio d'endettement net consolidé, en baisse à 3,31x, soit le ratio le plus faible parmi les fournisseurs télécoms filaires et sans-fil au Canada;
 - et tout cela, en continuant de faire croître les dividendes des actionnaires et en procédant à des rachats d'actions pour des montants significatifs.
- Ce dynamisme que nous avons emmené dans le marché canadien a permis de bousculer les trois grands joueurs nationaux en place, et a entraîné une baisse des prix des services sans fil, tel que nous l'avions promis à la population canadienne.
- Nous avons d'ailleurs complété tous les autres engagements pris dans le cadre de l'acquisition de Freedom, auprès d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada (ISDE Canada).

- Comme « nouvel entrant », fraîchement débarqués sur le marché canadien, nous sommes fiers de nous être taillés une place de choix au Canada, et d'être le joueur le plus rentable avec le bilan le plus solide de l'industrie.
- Je ne peux poursuivre la présentation de nos activités sans insister sur l'immense joie que fut la mienne, en mai dernier, lorsque les agences de crédit Standard & Poor's et Moody's ont fait passer notre notation de crédit de haut rendement, soit *high yield*, au statut de qualité investissement, soit *investment-grade*, ce qui permet de faciliter et de réaliser des économies significatives lors de nos financements.
- Que de chemin parcouru depuis l'acquisition de Vidéotron en 2000, et de l'éclatement de la bulle Internet qui a suivie, et qui a eu comme conséquence de nous envoyer dans une position de crédit défavorable, avec un ratio d'endettement d'environ 7x le BAIIA.
- Grâce au travail continu de nos équipes de direction de l'époque, je pense entre autres à Robert Depatie, Pierre Francoeur, Lyne Robitaille et aux autres nombreuses collaboratrices et collaborateurs, nous nous sommes concentrés :
 - à transformer notre culture d'entreprise;
 - à améliorer notre service à la clientèle;
 - à augmenter nos offres de produits;
 - à développer nos perspectives d'avenir avec notre entrée dans le sans-fil;
 - ce qui a eu comme conséquence d'améliorer notre BAIIA, de générer des flux monétaires importants et de réduire notre ratio d'endettement;
 - et ce, sans compter d'autres actions, qui ont fait de Québecor un véritable succès, comme le reflète la valorisation de notre entreprise, ayant atteint le sommet le plus élevé de son existence, s'approchant des 9 milliards de dollars.
- Aujourd'hui, Québecor continue son ascension.

- Nous avons poursuivi, en 2024, l'expansion de nos opérations à travers le Canada, en pénétrant de nouveaux marchés pour l'ensemble de nos marques.
- Nous avons élargi les territoires de desserte de Freedom et de Fizz en Colombie-Britannique, en Alberta, au Manitoba et en Ontario. Au Québec, nous avons poursuivi l'expansion régionale de Vidéotron et de Fizz, notamment en Gaspésie, dans le Témiscamingue, sur la Côte-Nord et dans Charlevoix-Est, en plus d'accroître notre présence dans le Bas-Saint-Laurent.
- Ces expansions, rendues possibles en raison des changements apportés au cadre réglementaire pour les exploitants de réseau mobile virtuel (ERMV) du CRTC, nous permettent maintenant de rejoindre plus de 33 millions de Canadiens et de Canadiennes, ce qui représente plus de 80 % de la population.
- Parallèlement, nous avons réalisé des investissements stratégiques pour renforcer la rapidité et la fiabilité de nos réseaux.
- Les équipes de Vidéotron et de Freedom ont travaillé à étendre les zones 5G en activant 180 nouveaux sites cellulaires 5G et 5G+, en plus de déployer le spectre de fréquences 3500 et 3800 MHz sur plusieurs sites cellulaires existants.
- Nos marques ont aussi continué de se démarquer par leurs offres innovantes, comme des forfaits sans fil dotés d'une véritable couverture nationale et incluant l'itinérance étrangère dans plus de 100 destinations internationales, les promesses de gel de prix sans fil ou encore les forfaits 5G et 5G+ parmi les plus abordables au Canada.
- Nous avons aussi lancé de nouveaux services pour compléter les offres de Freedom et de Fizz, leur permettant ainsi de se positionner en véritable joueur multiservice complet, à l'instar de Vidéotron.

- Les lancements de *Freedom Home Internet* et de *Freedom TV* dans plusieurs provinces au Canada, ainsi que de *Fizz TV* au Québec, permettent désormais à nos marques de rejoindre de nouveaux segments de clientèle qui cherchent des offres de services groupés à prix concurrentiels, tout en profitant d'une expérience client de grande qualité.
- Comme Vidéotron le fait au Québec, Freedom Mobile s'engage également au Canada en tant que joueur majeur des télécommunications, grâce à la signature de partenariats d'envergure auprès d'événements emblématiques et rassembleurs.
- En Colombie-Britannique, Freedom Mobile a obtenu les droits de dénomination du très attendu nouvel amphithéâtre du Pacific National Exhibition (le PNE) à Vancouver. Cet amphithéâtre qui ouvrira ses portes en 2026 sera nommé *Freedom Mobile Arch*, et deviendra une destination de classe mondiale pour les artistes canadiens et internationaux.
- En Alberta, nous sommes fiers du partenariat annoncé hier avec le Stampede de Calgary qui verra Freedom Mobile présenter le *Grandstand Show* dès cet été. A travers cette entente à long terme, Freedom contribue au rayonnement de ce grand événement cher à la communauté albertaine et à tous les amateurs de rodéo.
- Toujours autant à l'écoute de nos clients, notre service à la clientèle, demeure un facteur différenciateur significatif pour nos marques, notamment pour Vidéotron qui a célébré ses 60 ans l'année dernière.
- Pour la 19^e fois depuis 2006, Vidéotron a été élue l'entreprise de télécommunications la plus admirée des Québécois selon l'étude *Réputation 2025* de la firme Léger, en plus de s'être classée à nouveau au 1^{er} rang de la meilleure expérience télécoms en boutique au Québec, selon l'étude *WOW 2025* de la firme Léger.

- Cette même étude a placé Fizz, pour une 6^e année d'affilée, en tête du palmarès de la meilleure expérience télécoms en ligne, tandis que Freedom s'est hissée au 3^e rang de ce même classement, pour une première fois.

- L'ensemble de ces réalisations démontrent notre engagement véritable à stimuler le marché canadien au bénéfice de la population.
- Il est donc aberrant de constater que nos marques doivent encore se buter à des obstacles. Vidéotron a toujours été bon joueur pendant des années et s'est conformée à la réglementation en donnant accès à ses réseaux à tous les revendeurs, ce qui a permis d'établir une saine concurrence dans le marché au Québec.
- Malheureusement, la réglementation d'aujourd'hui, principalement celle visant les marchés de l'Ouest, favorise les principaux joueurs, qui ont longtemps profité d'un congé réglementaire et qui continue encore à ce jour de bénéficier d'un avantage sur le plan des tarifs Internet de gros qui demeurent très élevés.
- Nous pensons particulièrement aux tarifs de gros de Telus, qui profite de tarifs FTTP (Fiber to the Premises), ou en français, de tarifs pour l'accès par fibre jusqu'aux locaux des abonnés, bien plus bas au Québec et en Ontario, que ceux qui sont payés à Telus par ses revendeurs dans le marché de l'Ouest.
- Cette disparité permet donc à Telus de livrer une concurrence aux joueurs établis dans l'Est, mais freine à l'inverse Freedom dans sa volonté de proposer de nouvelles offres d'accès Internet à prix concurrentiels dans l'Ouest.
- Également, le CRTC doit réviser les tarifs de gros pour qu'ils soient justes et raisonnables, et qu'ils tiennent compte des offres de détail des trois grands joueurs.

- Je pense notamment à Bell qui vend en ce moment un forfait 3 gig à 55 \$ par mois, alors que le tarif de gros réglementé pour accéder au réseau de Bell est de plus de 78 \$.
- Une chose est certaine : nous continuerons à dénoncer toute forme d'iniquité et à déployer tous les efforts nécessaires afin de pouvoir jouer pleinement notre rôle de 4e joueur, et d'offrir, sans contrainte, nos meilleures offres à meilleurs prix aux Canadiens et aux Canadiennes.
- Poursuivons maintenant avec le secteur des médias, qui a connu une autre année marquée par les défis de l'industrie et par la mise en œuvre du plan de restructuration de TVA annoncé en 2023.
- Bien que nos contenus et nos plateformes performant en termes de parts de marché, TVA continue d'être affecté par la baisse importante et toujours inquiétante des revenus publicitaires.
- Nous nous devons de maintenir une approche rigoureuse afin de faire face à la situation et d'assurer la pérennité à moyen terme de nos activités.
- Nos chaînes d'information et de divertissement jouent un rôle essentiel au Québec. Ce que nous proposons façonne notre identité, notre culture, et contribue à la saine démocratie de notre société.
- Débutons donc avec le secteur de l'information. Les équipes des salles de nouvelles de Québecor et celles sur le terrain ont encore une fois joué un rôle de premier plan pour informer la population partout au Québec.
- Notre chaîne LCN a cumulé 8,1 parts de marché à l'hiver 2025, et s'est classée au 2^e rang des chaînes les plus regardées au Québec en journée, tout juste derrière le Réseau TVA et devant Radio-Canada.

- Le *TVA Nouvelles* est quant à lui demeuré en tête de chaque créneau sur TVA et LCN, et a attiré le plus grand nombre de téléspectateurs à l'hiver 2025, soit cinq millions chaque semaine.
- À cet égard, j'aimerais souligner l'apport exceptionnel de Sophie Thibault, qui a contribué au succès du *TVA Nouvelles* pendant de nombreuses années, et qui a annoncé sa retraite des ondes, qui débutera en juin 2025. Sophie, merci pour ta grande contribution et bonne chance dans tes projets de retraite!
- Quant à nos publications phares, soit *Le Journal de Montréal* qui a souligné ses 60 ans en 2024 et *Le Journal de Québec*, elles ont à nouveau été les journaux imprimés francophones les plus lus au Canada, avec chaque semaine 1,6 million de lecteurs rejoints et plus de 3,1 millions de lecteurs multiplateformes.
- Permettez-moi de souligner le départ à la retraite, le 14 mai prochain, de Lyne Robitaille, vice-présidente principale des secteurs Journaux, Livres et Magazines, et précieuse collaboratrice des 36 dernières années.
- Depuis son arrivée chez Québecor en 1988, Lyne a connu un parcours remarquable au sein de plusieurs filiales de l'entreprise. Elle a été à la tête d'importantes transformations au sein de Québecor, dont la transition numérique des journaux du groupe.
- Lyne a été un véritable pilier pour Québecor, d'une loyauté et d'un engagement sans pareil, et dont le leadership a été une grande source d'inspiration pour plusieurs.
- Au nom de Québecor et en mon nom personnel, je lui souhaite tout le meilleur pour cette nouvelle étape de sa vie. Lyne, merci infiniment, et bonne retraite!

- Du côté de QUB radio, l'année 2024 a permis à notre marque de rejoindre un plus grand nombre d'auditeurs alors qu'elle a fait son entrée télévisuelle sur la chaîne spécialisée QUB, en plus de voir sa programmation diffusée sur les ondes du 99,5 FM à la suite de la signature d'une entente de licence de diffusion de certaines de ses émissions en semaine, avec Leclerc Communication.
- Poursuivons maintenant avec TVA et ses chaînes spécialisées, qui continuent de jouer un rôle essentiel tout en évoluant dans une industrie en crise.
- Cet hiver, six millions de Québécois et de Québécoises se sont ralliés aux chaînes de Groupe TVA chaque semaine, ce qui représente 78 % de la population, et une part de marché globale de 42,4 %.
- Le Réseau TVA est quant à lui demeuré en tête des chaînes généralistes sur l'ensemble de la journée, et ce, chaque jour de la semaine avec 24,5 parts de marché cet hiver grâce à des émissions comme *Star Académie* et notre quotidienne *Indéfendable*.
- Année après année, Québecor investit dans plus de 120 productions originales en français pour les chaînes de Groupe TVA et les plateformes illico+ et TVA+. Ces productions tournées au Québec, avec des artistes et des artisans d'ici sont un maillon important de l'industrie.
- Avons-nous les moyens comme société de les voir disparaître et de se priver de l'empreinte économique et culturelle que nous générons, tous ensemble?
- Avons-nous les moyens de voir supprimer des milliers d'emplois de toutes catégories, dont des artistes, des techniciens de régie, des caméramans, des éclairagistes, des preneurs de son, des monteurs, des auteurs, des réalisateurs, des musiciens, des animateurs, des journalistes, des décorateurs, des stylistes, des maquilleurs, des coiffeurs, et tant d'autres métiers qui s'activent sur les productions

de TVA, et étroitement avec les producteurs indépendants, qui font du Québec une société distincte.

- Voulons-nous vraiment un paysage télévisuel uniquement occupé par la télévision d'État?
- En sommes-nous arrivés à laisser le champ de l'information à une voix unidimensionnelle souvent complétée par des médias sociaux qui disséminent impunément des fausses nouvelles non vérifiées, ni pesées ou équilibrées, en provenance de sources étrangères et qui sont fréquemment politiquement motivées?
- Nous avons le droit, voire, la responsabilité de nous poser la question, et de trouver, ensemble, la solution.

- Si notre information est rigoureuse, si notre divertissement séduit et que les cotes d'écoute sont au rendez-vous, ces résultats impressionnants ne se traduisent malheureusement pas à la hauteur des revenus auxquels nous [aurions droit](#).
- Parce que même si nos parts de marché sont en croissance au Québec, nos revenus publicitaires, eux, continuent de chuter. Et bien que le total d'heures d'écoute sur l'ensemble de nos plateformes soit nettement plus élevé que sur les plateformes étrangères, les annonceurs continuent de choisir d'y investir massivement, notamment sur les plateformes de META.
- Pourtant, leur fiabilité n'a pas de commune mesure avec la crédibilité des médias d'ici et de nos médias, qui offrent une vitrine incomparable aux annonceurs et qui sont les seuls à rejoindre un public aussi élargi.

- Les gouvernements doivent impérativement interdire la déductibilité fiscale des dépenses publicitaires auprès des entreprises étrangères, et surtout, ajouter un incitatif fiscal supplémentaire pour les achats publicitaires dans les entreprises médiatiques québécoises et canadiennes. Ce type de mesures incitatives existent depuis de nombreuses années et avaient été mises en place dans le but de protéger les journaux canadiens.
- Dans un monde où nous dénonçons, et nous sommes nombreux à le faire, la publication et la tolérance face aux fausses nouvelles – aux fameuses *fake news* - sur les médias sociaux, comment pouvons-nous accepter que nos institutions publiques continuent de les encourager et que nos gouvernements leur procurent un traitement fiscal favorable eu égard à celui auquel les diffuseurs locaux sont assujettis?
- À cela s'ajoute le refus de META de se conformer à la *Loi sur les nouvelles en ligne*, comme l'a fait Google.
- Mais par ailleurs, faut-il rappeler que les gains attendus de l'entente conclue avec Google seront presque entièrement annulés par la taxe sur les services numériques, que le gouvernement fédéral a choisi d'appliquer également aux entreprises canadiennes, dont Québecor.
- De plus, dans un contexte où la télévision peine à survivre, mais qu'elle demeure la principale source d'information des Canadiens et des Canadiennes – selon le *Digital News Report Canada 2024* – il est insensé que nos gouvernements n'aient pas encore choisi d'élargir le crédit d'impôt pour le journalisme écrit au journalisme télévisé.
- Pour maintenir une information fiable et crédible, l'ensemble du travail des journalistes, peu importe la plateforme, doit être soutenu de façon équitable. Il en va de la solidité de notre démocratie.

- Les défis sont grands et perdurent. Les instances gouvernementales doivent comprendre que la précarité de l'industrie télévisuelle ne fera que s'accroître en raison de très nombreux facteurs.
- J'en veux comme exemple l'ampleur et la lourdeur de la réglementation imposée aux entreprises traditionnelles privées d'ici, alors que les entreprises en ligne étrangères – les streamers – en ont longtemps été exemptées et continuent, encore à ce jour, de profiter d'un allègement réglementaire, malgré l'application de la nouvelle Loi sur la radiodiffusion.
- TVA ne saurait survivre dans un univers de plus en plus précarisé, surtaxé et surréglementé sans le concours des pouvoirs publics et du gouvernement fédéral, alors que son plus important concurrent francophone, la Société Radio-Canada bénéficie, elle, d'un soutien financier constamment bonifié et, avouons-le, démesuré.
- Parce que bien qu'elle bénéficie d'un large financement public, elle se livre tout de même à une concurrence commerciale directe et déloyale avec les entreprises privées sur tous les plans : cotes d'écoute, acquisitions de contenus et revenus publicitaires.
- Est-il vraiment nécessaire de le rappeler : la publicité est la principale, voire l'unique, source de revenus des diffuseurs privés; elle devrait donc être retirée de toutes les plateformes de la société d'État, comme c'est d'ailleurs le cas pour sa radio depuis de très nombreuses années.
- Le mandat du diffuseur public devrait, une bonne fois pour toutes, être revu en profondeur et recentré afin qu'il soit complémentaire au secteur privé. Sinon, cela participera à sa disparition.

- Nous demandons au nouveau gouvernement fédéral d'enfin procéder à la mise en œuvre des nombreuses recommandations formulées en ce sens depuis plusieurs années, voire des décennies, dont celles de la ministre sortante du Patrimoine canadien et du rapport Yale publié en 2020.
- Du côté de TVA Sports, malgré le fait que notre chaîne ait gagné une part de marché au cours de l'hiver 2025, grâce notamment au succès d'écoute de *La Confrontation des 4 nations* et des matchs des Canadiens de Montréal du samedi soir, et que sa plateforme TVA Sports en direct soit en croissance, TVA Sports perd toujours de l'argent.
- Nous sommes dans l'obligation de poursuivre nos démarches pour recevoir les redevances adéquates pour l'ensemble de nos chaînes spécialisées, dont notamment pour TVA Sports.
- Il nous est extrêmement difficile de comprendre les raisons pour lesquelles le CRTC a toujours tardé et tarde encore à intervenir pour que Bell, qui est la maison mère de notre concurrent RDS, nous paie enfin une juste rétribution pour TVA Sports, alors que tous les autres distributeurs au Québec et au Canada le font depuis plusieurs années.
- Rappelons que c'est le CRTC qui avait souhaité mettre fin au monopole détenu par RDS afin d'offrir aux Québécoises et aux Québécois une alternative et de nouveaux choix pour les consommateurs de sport à télévision.
- Nous étions fiers de lancer cette nouvelle chaîne pour les Québécois.
- Hélas, un seul distributeur refuse de payer les redevances reflétant la juste valeur marchande de TVA Sports : Bell.
- Le CRTC doit agir et réagir.

- Rappelons-le : la seule chose que le CRTC ait fait pour TVA Sports, c'est de reconnaître, en décembre 2019, que Bell s'était octroyé une préférence indue causant un préjudice important à notre chaîne. Cela aurait dû entraîner des conséquences sérieuses de la part du régulateur, mais malheureusement, il n'en fut rien.
- Dans ces circonstances, il ne faudrait pas s'étonner, que TVA Sports cesse ses activités. Après avoir investi plus de 230 millions de dollars, et pour reprendre l'adage fréquemment utilisé : *don't throw good money after bad!*
- Nous pouvons le dire dès maintenant, TVA Sports n'aura pas les moyens, ni les modèles économiques pour payer les sommes démesurées demandées par la LNH, pour le marché francophone, en ce qui concerne les droits nationaux de diffusion des matchs de hockey, – selon ce que nous comprenons de l'entente récemment intervenue entre Rogers et son diffuseur Sportsnet, et la direction de la LNH, pour ces droits nationaux.
- Avant de conclure sur le secteur télé, nous sommes heureux de souligner que toutes nos équipes sont depuis lundi toutes installées dans la nouvelle salle de nouvelles du 4545 rue Frontenac à Montréal et qu'elles évoluent dans nos nouveaux studios à la fine pointe de la technologie.
- Déménager une station de télévision, ce n'est pas banal. Ça requiert de la planification, des tonnes de réunions, beaucoup de travail et des kilomètres de câble. Merci et félicitations à toutes celles et à tous ceux qui ont collaboré, de près et de loin, à la concrétisation de ce déménagement et à l'aménagement du 4545, rue Frontenac. Il s'ouvre pour nous une nouvelle ère que nous souhaitons longue, solide et pérenne.

- Quant au bâtiment historique de Groupe TVA, il sera voué à un nouveau rôle. Le processus visant la conversion de l'îlot du boulevard de Maisonneuve Est, notamment en logements sociaux, suit actuellement son cours.
- Du côté des Services cinématographiques et audiovisuels, si nous avons pu bénéficier de la reprise des activités dans les studios de MELS en 2024, en accueillant deux superproductions américaines, dont un long métrage de Skydance mettant en vedette Ryan Reynolds, et une série d'envergure pour Apple TV, les résultats du début de l'année 2025 de notre secteur se trouvent affectés par l'absence de ce type de tournage.
- Les récentes déclarations de l'administration américaine confirment que cette instabilité demeurera pour encore quelques temps. Nous devons travailler afin de diversifier et élargir la portée de nos services et de nos studios à de nouveaux partenaires comme ceux du marché européen.
- Pour garder notre attractivité sur le marché, nos partenaires et nos clients doivent pouvoir bénéficier d'incitatifs attrayants et comparables à ceux qui sont offerts ailleurs au Canada et à l'international.
- C'est pourquoi nous demandons au gouvernement du Québec d'élargir aux émissions de variétés le crédit d'impôt remboursable pour les services de production cinématographique ou télévisuelle.
- De plus, le gouvernement du Québec doit harmoniser ses règles entourant la production locale de ce genre d'émissions avec celles du fédéral.
- Alors que le Québec et MELS détiennent une forte expertise en ce qui a trait aux émissions de variétés, les entreprises québécoises se trouvent désavantagées par rapport à celles des autres provinces, puisque le Québec est la seule juridiction à complexifier l'admissibilité aux émissions de variétés produites ici.

- Poursuivons maintenant avec Québecor Sports et divertissement, qui joue un rôle clé pour la vitalité de notre scène culturelle et pour la promotion des meilleurs artistes d'ici et d'ailleurs au Québec.
- Notre secteur a présenté cette année plus de 750 événements qui ont rassemblé plus de 1,5 million de spectateurs et de spectatrices.
- Au cœur de son écosystème de lieux de diffusion se trouve le Centre Vidéotron, qui demeure un incontournable. L'amphithéâtre a accueilli plusieurs grands concerts en 2024, dont le spectacle de Iron Maiden et la première mondiale de la tournée de Billie Eilish.
- Le Centre Vidéotron a également présenté plusieurs événements sportifs d'envergure, comme le Tournoi international de hockey pee-wee de Québec, des matchs préparatoires de la Ligue nationale de hockey et les matchs des Remparts de Québec qui lui ont permis d'enregistrer sa meilleure performance d'assistance avec un total de près de 335 000 spectateurs en 2024.
- Afin de renforcer notre position de leader en événementiel dans un plus grand nombre de régions du Québec, nous avons fait l'acquisition d'Evenma en 2024, une entreprise spécialisée notamment en événements grand public, dont les réputés Festivent et Festibières de Québec, Lévis et Sherbrooke.

- Ces deux événements s'ajoutent au portefeuille diversifié de Québecor Sports et divertissement, qui inclut aussi les festivals Cigale et Igloofest Québec, dont la 3^e édition en mars 2025, a accueilli plus de 20 000 spectateurs, ce qui représente une croissance constante depuis la première édition.
- Au chapitre de l'engagement social, les réalisations que nous venons de vous présenter nous permettent de contribuer au développement économique du Québec, mais elles nous permettent également de redonner à la collectivité et de participer à son enrichissement.
- Mon père, Pierre Péladeau, en avait fait un de ses engagements fondamentaux. Je vous propose de regarder une courte vidéo qui met lumière l'homme unique qu'il était... un homme d'affaires visionnaire et un grand philanthrope animé d'une conscience sociale remarquable.

[Vidéo hommage Pierre Péladeau]

- C'est grâce à des entrepreneurs comme Pierre Péladeau que le Québec a pu prendre son envol et connaître une si grande évolution depuis la Révolution tranquille. Le Québec inc. a permis aux Québécois et aux Québécoises de s'approprier leur destin, en se créant une richesse collective qui a rejailli sur l'ensemble de notre société.
- Aujourd'hui, c'est à notre tour. Mme Lalande l'a mentionné plus tôt : ce ne sont pas les géants du Web qui viendront soutenir nos institutions... Avec la conjoncture politique et économique actuelle, les entreprises québécoises doivent faire le choix d'investir dans le développement et la prospérité de notre société.
- Poursuivant notre engagement *Cultivons le possible*, nous avons remis des contributions d'une valeur de près de 34 M\$ en dons et commandites en 2024, en accompagnant plus de 400 organismes œuvrant partout au Québec.

- Nous avons réitéré notre soutien envers la santé et l'éducation en nous engageant pour les prochaines années grâce à deux contributions historiques.
- Nous avons d'abord remis un don de 10 M\$ à la Fondation du CHU de Québec, en soutien au Centre intégré de cancérologie, qui sera désormais nommé en l'honneur de notre fondateur, Pierre Péladeau.
- Puis, nous avons octroyé un don de 20 M\$ à l'Université Laval en soutien au Carrefour international Brian-Mulroney. Ce projet d'une grande importance pour notre société a également une portée symbolique pour nous, puisque le pavillon adjacent au Carrefour international Brian-Mulroney portera aussi le nom de Pierre Péladeau, réunissant ainsi deux grandes figures qui ont marqué l'histoire de Québecor et celle du Québec contemporain.
- Parallèlement, nous continuons de nous engager fortement envers le soutien de notre culture et la valorisation de notre patrimoine, notamment grâce à Éléphant : mémoire du cinéma québécois, notre plus important projet philanthropique.
- Avec Éléphant, nous sommes fiers d'être la seule entreprise privée au monde à avoir eu l'initiative d'un projet d'une telle ampleur et la seule à avoir investi sans soutien gouvernemental pour la sauvegarde de notre mémoire collective et culturelle.
- L'équipe d'Éléphant a accompli un travail colossal depuis sa création en 2008 en numérisant, restaurant et rendant accessible une grande majorité des films marquants du cinéma québécois, comme *Les Ordres* (Michel Brault), *15 février 1839* (Pierre Farladeau), *Octobre* (Pierre Farladeau), et *Léolo* (Jean-Claude Lauzon).
- J'aimerais d'ailleurs rendre hommage au cinéaste Claude Fournier, qui fut, avec sa conjointe Marie-José Raymond, une cheville ouvrière du projet Éléphant.

- Concernant l'environnement, nous demeurons pleinement engagés à contribuer, en tant qu'entreprise, à l'établissement d'une économie durable et d'un avenir prospère.
- Nous poursuivons nos efforts pour agir sur les principaux impacts liés à nos activités grâce à de nombreuses initiatives. Notre plan d'électrification des transports *On roule électrique* continue sa progression et son objectif d'électrifier la totalité des véhicules exploités par l'ensemble de nos filiales, en plus de toujours veiller à réduire la taille de notre parc de véhicules.
- Puis, grâce au programme *On recycle* de Vidéotron, nous avons récolté plus de 13 millions de produits et d'accessoires électroniques à des fins de réemploi et de recyclage depuis 2012.
- Enfin, avec les programmes *On tourne vert* et *Gestevert*, nous participons à l'écoresponsabilité des plateaux de tournage au Québec et des événements produits par notre filiale Gestev.
- Notre engagement envers le milieu entrepreneurial québécois demeure toujours aussi fort et central pour Québecor. Nous contribuons entre autres à stimuler la création d'entreprises et à soutenir l'essor d'une nouvelle génération en affaires, grâce aux Bourses Pierre-Péladeau remises depuis plus de 25 ans à de jeunes étudiants et étudiantes entrepreneur·es.
- Je pense entre autres à Puzzle Medical Devices, qui a notamment inventé la pompe cardiaque la plus sécuritaire au monde, et à Ethnocare, qui distribue, dans plus de 35 pays, sa prothèse innovante améliorant le confort des amputés.
- D'autre part, avec asterX, la cellule de capital de risque de Québecor, nous investissons auprès d'entreprises en démarrage qui présentent un potentiel de stimuler l'innovation au sein de nos activités et à l'échelle de la société.

- Finalement, nous faisons équipe avec des organismes qui œuvrent pour créer une société plus solidaire, inclusive et égalitaire. Nous avons participé à l'aménagement et à la connectivité de six résidences pour personnes âgées à faibles revenus grâce à un don de 500 000 \$ de Vidéotron à Mission Unitaînés, un vaste projet mis sur pied par un autre grand philanthrope, Luc Maurice.
- De plus, nous avons contribué à offrir des repas à près de 80 000 Canadiens et Canadiennes en situation de précarité, grâce à la participation de Freedom au mouvement *Giving Tuesday* des Banques alimentaires Canada.
- En terminant, notre bilan des réalisations de cette dernière année est sans contredit le résultat d'un travail d'équipe exceptionnel qui puise sa force dans le talent, l'agilité et l'engagement indéfectible de l'ensemble de nos collaborateurs et de nos collaboratrices. Nous les en remercions grandement.
- Merci également à notre précieuse clientèle, à nos actionnaires, à nos annonceurs et nos à partenaires. L'appui qu'ils nous portent nous pousse à viser toujours plus haut.
- Je tiens aussi à exprimer toute notre reconnaissance envers les membres du conseil d'administration pour leur grande collaboration, ainsi qu'envers sa présidente Mme Lalande pour son engagement sans faille et ses conseils toujours avisés.
- Nous entamons la prochaine année en gardant le cap sur nos priorités stratégiques, et abordons l'avenir avec confiance, déterminés à rester ancrés au cœur du quotidien des Québécois et des Québécoises ainsi que des Canadiens et des Canadiennes.
- J'invite maintenant Hugues Simard, chef de la direction financière, à prendre la parole.